

BAB I

A. Latar Belakang Masalah

Mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa di masa depan yang diharapkan dapat memenuhi kewajiban dalam menyelesaikan pendidikan akademis dengan belajar, yang berguna bagi nusa dan bangsa di masa depan untuk dirinya sendiri maupun orang lain. Dalam bergaul dengan suatu kelompok sosial maupun di lingkungan sekitar, mahasiswa tidak harus menyesuaikan dengan perilaku teman-temannya ataupun orang lain, mahasiswa diharapkan mampu menerima dan memandang bagaimana keadaan dirinya serta mampu bergaul dengan siapapun, dimanapun tanpa memandang dari mana individu berasal, bagaimana status sosial individu dan dari segi ekonomi individu. Mahasiswa yang masih dalam pengasuhan orang tua dan dalam pemenuhan kebutuhan ekonomi masih mengandalkan pemberian orang tua, diharapkan mahasiswa lebih selektif dalam keputusan pembelian, tidak boros dan dapat mengatur keuangan sesuai dengan kebutuhan yang tidak hanya berdasar keinginan. Hal ini mendorong mahasiswa agar terhindar dari hal-hal negatif, salah satu bentuk perilaku negatif mahasiswa yakni perilaku konsumtif. Seperti beberapa mahasiswa mencoba membeli dan memakai produk *fashion* bermerek yang sedang *trend* seperti pakaian, sepatu, tas dan aksesoris dari merek-merek tertentu yang mengarahkan mahasiswa pada kecenderungan perilaku konsumtif. Mahasiswa dikatakan berperilaku konsumtif yang wajar ketika mereka hanya

membeli barang sesuai kebutuhan dan uang yang mereka miliki yang tidak berdasar hanya keinginan saja.

Saat ini keberadaan produk *fashion* bermerek yang menjadi *trend* dalam dunia pergaulan mahasiswa. Mahasiswa cenderung membeli produk *fashion* bermerek bukan karena alasan kebutuhan, tetapi hanya untuk berpenampilan menarik agar lebih dihargai dan terlihat menarik dimata orang lain. Hal ini didukung dari hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 25 April 2013 dengan A yang mengatakan mendapat uang saku subjek selama sebulan yakni sebesar Rp 1.300.000,00. A memang tidak setiap hari pergi ke *mall*, namun saat pergi ke *mall* dengan temannya, ketika teman A membeli beberapa baju bermerek A juga ikut membeli baju bermerek seperti yang dibeli oleh teman A yang mulai berharga Rp 300.000,00 hingga 600.000,00. Barang-barang bermerek yang A miliki yakni tas, sepatu, jam tangan, pakaian berjumlah \pm 60 buah. Yang rata-rata berharga dari Rp 600.000,00 hingga Rp 2.500.000,00 dan tentunya dengan *merek* terkenal yakni Bonia, Gosh, Zara, Levis, Spyderblits, Insight, Juice, Corniche, C2, Ninety Degress, Nike, Alexandre Christie dan Roxy. Saat mendapat informasi dari teman bahwa ada produk *fashion* bermerek yang terdapat potongan harga, A pun segera berangkat ketika diajak temannya untuk membeli produk tersebut meskipun toko tersebut terletak diluar kota A tetap memilikinya sebelum orang lain banyak yang mengenakannya. A juga sering membeli merek yang berbeda-beda setiap ada produk *fashion* yang sedang banyak digunakan teman-temannya. A menuturkan sudah biasa meminjam uang temannya ketika membayar barang yang dibeli uang A yang dibawa ternyata kurang. Saat melihat sepatu yang

dipajang di etalase menurut A bagus walaupun sepatu yang dimiliki A masih banyak dan layak pakai, A segera membelinya karena takut didahului oleh temannya. Setelah mendapat sepatu yang diinginkannya, saat berkuliah A pun segera memperlihatkan kepada teman-temannya di kampus. A senang dengan produk bermerek yang dimilikinya dapat dilihat dan menarik perhatian orang lain. Dengan uang saku yang cukup mahasiswa menjadi lebih senang melakukan kegiatan bersama-sama teman sebaya di luar rumah seperti nongkrong, shopping, hal ini yang kemudian dapat membawa mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif.

Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Perilaku konsumtif bagi mahasiswa kurang baik karena mahasiswa menjadi tidak bisa berpikir kritis dan menjadi terburu-buru untuk mengeluarkan uang yang berakibat boros dalam pengeluaran uang tersebut. Menurut Swastha dan Handoko (1987) dalam berperilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh dua faktor yakni faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, keluarga) dan dari faktor internal (pengamatan, disiplin diri, belajar, persepsi, konsep diri, sikap, motivasi, dan konformitas). Mahasiswa dilihat dari usianya 18-22 tahun, menurut Mappiare (1982) termasuk dalam proses perkembangan remaja akhir. Loudon & Bitta (1984) menyatakan bahwa remaja adalah kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru.

Dari hasil survei pada tanggal 15 Maret 2013 yang dilakukan peneliti terhadap 20 mahasiswa yang berumur 18–21 tahun di Universitas Muhammadiyah Surakarta dari Fakultas Psikologi yang gemar membeli produk *fashion* bermerek bahwa sebagian banyak mahasiswa membeli barang tersebut hanya berdasarkan keinginan, ikut-ikutan teman, kepuasan diri, dan kebanggaan diri dengan memiliki barang bermerek tersebut dapat meningkatkan penampilan mahasiswa tersebut. Produk *fashion* bermerek yang sering dibeli remaja yakni tas, sepatu, jam tangan dan pakaian, dengan rata – rata harga produk *fashion* bermerek yang dibeli remaja lebih dari harga \pm Rp 400.000,00 . Merek yang sering dibeli remaja juga termasuk *merek* yang terkenal, diantaranya Bonia, Gosh, Zara, Levis, Spyderblits, Insight, Juice, Kickers, Hassenda, Nike, Alexandre Christie dan Roxy. Dari hasil survei juga diketahui mahasiswa tersebut mulai gemar membeli produk *fashion* bermerek dari sejak mulai di bangku kuliah, mahasiswa tersebut juga bisa sampai tiga hingga empat kali berbelanja produk *fashion* bermerek tersebut dalam sebulan. Dapat juga kita lihat di *mall* saat menjelang akhir tahun ataupun menjelang idul fitri dimana *mall* tersebut dipenuhi sesak dengan mahasiswa yang sedang berbelanja. Hal ini didukung dari data survei yang dilakukan Matahari Mall (dalam Lestari, 1996) menunjukkan bahwa hampir 35% pengunjung mall matahari setiap hari adalah mahasiswi. Dari jumlah tersebut sebanyak 45% selalu melakukan pembelian, selebihnya hanya menonton perkembangan baru dari berbagai produk. Dari hasil penelitian yang dikemukakan oleh Rizkallah dan Truong (2010) yang mengatakan bahwa mengenai pilihan cara promosi sales pelanggan biasanya lebih memilih potongan harga (46,7%), kupon (34,4%) dan

hadiah dalam bentuk barang (18,9%). Kemudian dari data empiris pada tahun 2001 terjadi peningkatan konsumsi wanita sebesar 29% dibanding tahun 2000 yang hanya sebesar 10% (BPS Indonesia, 2001).

Selain itu dapat kita jumpai di Universitas Negeri maupun Swasta banyak mahasiswa yang terlihat gemar mengenakan pakaian, tas, sepatu hingga aksesoris yang bermerek dan *fashionable*. Dari fakta tersebut tampak bahwa sebagai *trend setter* mahasiswa selalu ingin tahu tentang perkembangan produk *fashion* bermerek baru. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konsep diri. Konsep diri merupakan sikap, pandangan, atau keyakinan seseorang terhadap keseluruhan dirinya. Sikap, pandangan, dan keyakinan diri ini mencakup seluruh dimensi fisik, karakteristik pribadi, motivasi, kekurangan, kelebihan dan lain sebagainya Irwanto dan Yatim (dalam Sobur, 2003). Manifestasi dari konsep diri menurut Simon (dalam Sumartono, 2002) sebagian berasal dari sebagian yang mereka konsumsi.

Kecenderungan perilaku konsumtif bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tapi untuk memenuhi keinginan yang sifatnya untuk menunjang penampilan. Dipandang dari sudut psikologis kondisi tersebut merupakan suatu masalah. Dalam perkembangan psikologisnya mahasiswa diharapkan memiliki konsep diri yang tinggi dalam berperilaku sehingga dapat menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif, karena kehidupan sosial pada mahasiswa ditandai dengan konsep diri yang menjadi pedoman dalam bersosialisasi. Konsep diri inilah yang membedakan seorang mahasiswi dengan remaja pada umumnya. Hal ini senada dengan hasil penelitian oleh Schmidt dan Cagran (2008)

mahasiswa memiliki konsep diri sosial (91,7%) diikuti dengan konsep diri fisik (83,3%) dan konsep diri akademik (60%). Musa (1992) menjelaskan mahasiswa seharusnya memiliki perbedaan karakteristik berperilaku dibandingkan remaja pada umumnya. Sebagai *trend setter* remaja maka mahasiswa harus menampakkan ketajaman intelektualnya dan kemampuan pengendalian emosi. Namun pada realita yang ada menunjukkan mahasiswa yang memiliki konsep diri yang rendah maka kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa tinggi. Pada mahasiswa hal tersebut menjadi persoalan yang bertentangan dengan perilaku yang harus mereka lakukan.

Lingkungan pergaulan mahasiswa banyak pengaruh terhadap minat, sikap, pembicaraan, penampilan dan punya perilaku lebih besar dibandingkan dengan pengaruh keluarga (Hurlock, 1980). Ditinjau dari segi perkembangan, menurut Santrock (2003) di universitas mahasiswa merasa dewasa, dapat menghabiskan waktu dengan teman sebayanya, memiliki kesempatan untuk mengeksplorasi gaya hidup dan nilai-nilai yang berbeda. Santrock (2003) mengatakan bahwa perubahan-perubahan yang mengesankan dalam kognisi sosial menjadi ciri perkembangan mahasiswa. Oleh karena itu mahasiswa lebih suka berkumpul dengan teman sebaya dan akan berusaha untuk terlihat tampil sempurna agar menjadi pusat perhatian. Para mahasiswa akan saling menunjukkan bahwa mereka mampu memiliki barang-barang bermerek demi mendapatkan penerimaan dan pandangan dari orang lain yang lebih baik. Ali (1993) menjelaskan bahwa mahasiswa sebagai kawula muda sangat menyukai hal-hal yang dianggap baru dan tampak modern.

Konsep diri merupakan suatu pandangan terhadap dirinya yang akan membentuk perilaku individu dalam relasi sosialnya. Selain itu, juga kemampuan dalam mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam menunjukkan kemampuan untuk memandang dirinya, mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai dengan orang lain, menyenangkan orang lain, dan menutupi perasaannya. Ketika berinteraksi dengan orang lain, seseorang akan berusaha menampilkan penampilan yang dipandang paling tepat bagi dirinya, yaitu perilaku yang dapat membuat dirinya bangga. Konsep diri diperlukan untuk membantu individu dalam mengatasi berbagai hal dan hambatan yang dapat merugikan ketika suatu hal terjadi berasal dari lingkungan luar.

Dapat dilihat dari latar belakang di atas, bahwa perilaku konsumtif yang berlebihan berdampak hal-hal yang negatif bagi mahasiswa. Kecenderungan perilaku konsumtif adalah pembelian barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan yang berdasar keinginan, ikut-ikutan dan untuk menarik perhatian orang lain. Mahasiswa yang memang dalam masa transisi, cenderung labil dan cenderung boros dalam mengelola keuangannya serta mudah terbuju oleh iklan, *trend* maupun mengikuti teman yang mudah terpengaruh oleh kecenderungan perilaku konsumtif, namun perilaku konsumtif yang berlebihan tersebut dapat dikurangi atau bahkan dihilangkan dengan sejak dini mulai menanamkan konsep diri positif yang akan menciptakan citra positif dirinya, optimis, sehingga tidak mudah terpengaruh oleh bujukan perilaku konsumtif yang mempertimbangkan kondisi sosial ekonomi di

sekelilingnya. Dengan hal itu secara tidak langsung juga akan membuat mahasiswa untuk dapat tidak menyamakan perilaku konsumtif dari teman-temanya.

Fenomena-fenomena di atas mendorong peneliti untuk merumuskan masalah yaitu “apakah ada hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam menggunakan produk *fashion* bermerek?” Dengan rumusan masalah tersebut penelitian ini memfokuskan tentang: Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Dalam Menggunakan Produk *Fashion* Bermerek.

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan produk *fashion* bermerek
2. Untuk mengetahui tingkat konsep diri pada mahasiswa
3. Untuk mengetahui tingkat kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa
4. Untuk mengetahui sumbangan efektif konsep diri terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa

C. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat yang memperkaya kajian teori dan riset untuk perkembangan ilmu psikologi sosial dan industri, serta dapat dijadikan bahan pertimbangan pada penelitian-

penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

a. Bagi subjek/informan

Penelitian ini diharapkan memberi saran bagi subjek tentang hubungan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan produk *fashion* bermerek ditinjau dari konsep diri.

b. Bagi universitas

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran tentang konsep diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan produk *fashion* bermerek sehingga pihak universitas mampu memberi kegiatan yang tepat dan positif agar mahasiswa bisa terhindar dari pengaruh negatif kecenderungan perilaku konsumtif dalam menggunakan produk *fashion* bermerek.

c. Bagi ilmu pengetahuan

Diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan bagi ilmu psikologi sosial dan industri yang berkaitan dengan konsep diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menggunakan produk *fashion* bermerek.